

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN KARTU PRABAYAR IM3 OOREDOO PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

ADHITA DEA KHARISMA

NIM : B100120077

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2016**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN KARTU PRABAYAR IM3 OOREDOO PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Yang Disusun Oleh :

ADHITA DEA KHARISMA

B100120077

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 13 April 2016

Pembimbing



Dr. Edi Purwo Saputro, SE., M.Si.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Drs. Triyono, M.Si.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Sukoharjo Jawa Tengah 57162

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ADHITA DEA KHARISMA
NIM : B100120077
Program Studi : MANAJEMEN
Judul : PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN KARTU PRABAYAR IM3
OOREDOO PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan – kutipan dan ringkasan – ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 13 April 2016
Yang membuat pernyataan

ADHITA DEA KHARISMA

MOTTO

“Jihad tanpa ilmu, ibarat pedang tanpa gagang. Bisa melukai”

K.H. Ahmad Dahlan

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini spesial untuk :

1. Allah SWT, yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap mahluk, tanpaNya tulisan ini tiada bermakna. Semoga dari awal proses sampai karya ini selesai dapat memberikan amalan bagi kita semua.
2. Khatamul Anbiya Muhammad SAW, semoga sholawat dan salam selalu tercurah kepada beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.
3. Bapak Joko Sutrisno, S.Pd., M.Pd. dan Ibu Sulastri A.Md. selaku papah dan mamah yang telah memberikan kasih sayang, cinta, pengorbanan, dukungan dan kebahagiaan yang begitu indah dalam hidupku, semoga butir – butir keringat, untaian doa dan kesabaran tiada henti.
4. Sahabat – sahabatku di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah sekalian.
5. Sahabat – sahabatku di Ikatan Alumni SDIT Nur Hidayah Surakarta '06, SMPIT Nur Hidayah Surakarta '09 dan SMAIT Nur Hidayah Sukoharjo '12.
6. Intan Dyah Pramesti, yang selalu memberikan semangat dan motivasi untukku.

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar IM3 ooredoo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji validitas dengan metode confirmatory factor analysis, uji reliabilitas dengan metode one shot, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi), analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji t ,uji F dan koefisien determinasi). Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh antara bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar IM3 ooredoo, variabel produk secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen IM3 ooredoo dan variable promosi secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen IM3 ooredoo pada tingkat signifikansi sepuluh persen.

Kata Kunci : Produk, harga, tempat, promosi dan loyalitas konsumen

The purpose of this study was to determine the effect of the marketing mix on IM3 ooredoo prepaid card consumer loyalty in Universitas Muhammadiyah Surakarta. While the methods used in this study is the descriptive analysis, validity test with confirmatory factor analysis methods, reliability test with one shot method, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroskedasticity test, and autocorrelation test), multiple linear regression analysis, and hypothesis testing (t test, F test and coefficient of determination). Based on the results of analysis of the influence of marketing mix (product, price, place and promotion) on IM3 ooredoo prepaid card consumer loyalty, product variable significantly influence towards IM3 ooredoo consumer loyalty and promotion variable significantly influence towards IM3 ooredoo consumer loyalty at a significance level of ten percent..

Keyword : *Product, price, place, promotion and consumer loyalty.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayahNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KARTU PRABAYAR IM3 OOREDOO PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA”.

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkanterima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Triyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Edi Purwo Saputro, SE., M.Si., selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan bimbingan kepada penulis dalam penulisan demi kemajuan skripsi penulis.

4. Ibu Dra. Wuryaningsih Dwi Lestari, MM., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan saran selama penulis menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulisselama masa studi.
6. Semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis berhadap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Surakarta, 6 April 2016

Penulis



Adhita Dea Kharisma

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGASAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Perkembangan Pengguna Kartu Prabayar	7
B. Landasan Teori.....	11
1. Pengertian Pemasaran	11

2.	Pengertian Loyalitas Konsumen	12
3.	Pengertian Bauran Pemasaran	12
a)	Produk	12
b)	Harga	13
c)	Tempat.....	13
d)	Promosi.....	14
C.	Tinjauan Empiris Penelitian Terdahulu.....	14
D.	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	18
1.	Kerangka Pemikiran	19
2.	Hipotesis	19

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Jenis Penelitian.....	21
B.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	21
1.	Variabel Dependen	21
a)	Y : Loyalitas Konsumen.....	21
2.	Variabel Independen	22
a)	X ₁ : Produk	22
b)	X ₂ : Harga.....	22
c)	X ₃ : Tempat	22
d)	X ₄ : Promosi	22
C.	Data dan Sumber Data.....	23
D.	Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel	23
1.	Populasi.....	23

2.	Sampel	23
3.	Metode Pengambilan Sampel	24
E.	Metode Pengumpulan Data	24
F.	Metode Analisis Data	25
1.	Analisis Deskriptif	25
2.	Uji Validitas	25
3.	Uji Reliabilitas	25
4.	Uji Asumsi Klasik	25
5.	Analisis Regresi Linier Berganda	26
6.	Pengujian Hipotesis	27
a)	Uji Serempak (Uji F)	27
b)	Uji Parsial (Uji t)	27
c)	Koefisien Determinasi	27
G.	Instrumen Kuesioner	28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Sejarah Singkat	29
B.	Karakteristik Responden	29
C.	Analisis Data	31
1.	Uji Validitas	31
2.	Uji Reliabilitas	32
3.	Uji Asumsi Klasik	32
a)	Uji Normalitas	32
b)	Uji Multikolonieritas	32

c)	Uji Heteroskedastisitas	32
d)	Uji Autokorelasi	33
4.	Analisis Regresi Linier Berganda	33
a)	Descriptive Statistics	33
b)	Correlation.....	33
c)	Koefisien Determinasi.....	33
d)	Uji ANOVA atau Uji F	34
e)	Coefficient (a).....	34
f)	Uji t.....	34
D.	Pembahasan.....	35
1.	Produk (X_1)	35
2.	Harga (X_2).....	36
3.	Tempat (X_3)	37
4.	Promosi (X_4)	38
BAB V PENUTUP		
A.	Kesimpulan.....	39
B.	Keterbatasan Penelitian	40
C.	Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA		41
LAMPIRAN		44

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pelanggan PT Indosat Tbk Tahun 2011 s.d 2014	10
Tabel 3.1 Instrumen Kuesioner	28
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	29
Tabel 4.2 Umur Responden.....	30
Tabel 4.3 Pengeluaran Perbulan Responden.....	30
Tabel 4.4 Pekerjaan Orangtua Responden	30
Tabel 4.5 Asal Daerah Responden	30
Tabel 4.6 Penggunaan Kartu Responden	30
Tabel 4.7 Program Studi Responden.....	31
Tabel 4.8 Kartu Sebelumnya Resonden	31
Tabel 4.9 Uji Validitas	31
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	32
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	32
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas.....	32
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas.....	32
Tabel 4.14 Uji Autokorelasi	33
Tabel 4.15 Descriptive Statistics.....	33
Tabel 4.16 Correlation	33
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi.....	33
Tabel 4.18 Uji ANOVA atau Uji F	34
Tabel 4.19 Coefficient (a)	34

Tabel 4.20 Uji t	34
------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	19
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	44
Lampiran 2 Uji Validitas.....	46
Lampiran 3 Uji Reliabilitas Variabel Produk, X_1	46
Lampiran 4 Uji Reliabilitas Variabel Harga, X_2	47
Lampiran 5 Uji Reliabilitas Variabel Tempat, X_3	47
Lampiran 6 Uji Reliabilitas Variabel Promosi, X_4	47
Lampiran 7 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen, Y	48
Lampiran 8 Uji Normalitas	48
Lampiran 9 Uji Multikolonieritas	49
Lampiran 10 Uji Heteroskedastisitas	49
Lampiran 11 Uji Autokorelasi	49
Lampiran 12 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
Lampiran 13 Data Jawaban Responden	52